



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

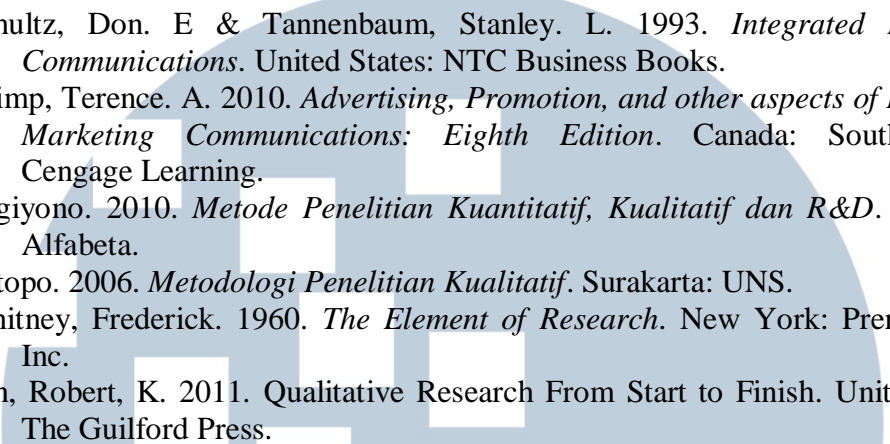
Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abidin, Zainal. 2007. *Analisis Eksistensial*, Sebuah Pendekatan Alternatif untuk Psikologi dan Psikiatri. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Adams, Robert. 2002. *Social Policy For Social Work*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Assegaff, Djafar. 1983. *Jurnalistik Masa Kini*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Baines, Paul, Egan, John, & Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations: Contemporary Issues and Techniques*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Creswell, John. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. United States: Sage Publications, Inc.
- Doorley, John & Garcia, Helio, F. 2007. *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communications*. United States: Taylor & Francis Group, LLC.
- Dwijowinoto, Kasiyo. 1993. *Dasar-dasar Ilmiah Kepelatihan*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Goldblatt, Joe. 2014. *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations for Marketing Management*. Hampshire: The Macmillan Press Ltd.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lune, Howard dan Bruce L. Berg. 2017. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences 9th ed*. England : Pearson Education Limited.
- Maslow, Abraham. 2013. *A Theory of Human Motivation*. United States: Wilder Publications.
- Masterman, Guy & Wood, Emma. 2005. *Innovative Marketing Communications: Strategies for the Events Industry*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Mcquail, Denis. 2013. *Teori Komunikasi Massa Mcquail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2014.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution. 2003. *Metode Research*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Percy, Larry. 2008. *Strategic Integrated Marketing Communications: Theory and Practice*. Canada: Elsevier.
- Santana, K. Septiawan. 2010. *Menulis Ilmiah Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Kedua)*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- 
- Schultz, Don. E & Tannenbaum, Stanley. L. 1993. *Integrated Marketing Communications*. United States: NTC Business Books.
- Shimp, Terence. A. 2010. *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications: Eighth Edition*. Canada: South-Western Cengage Learning.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Whitney, Frederick. 1960. *The Element of Research*. New York: Prentice-Hall, Inc.
- Yin, Robert, K. 2011. *Qualitative Research From Start to Finish*. United States: The Guilford Press.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Internet:

- “Logo and Philosophy MRA Group”. 2017. MRA Group. Diakses pada 12 April 2018. http://www.mra.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=118
- “Masa Depan Media Cetak, dari Digitalisasi hingga Masalah Gaji”. Marketeers. Diakses pada 30 Agustus 2018. <http://marketeers.com/masa-depan-media-cetak-dari-digitalisasi-hingga-masalah-gaji/>
- “Media Cetak Mampu Mempertahankan Posisinya”. The Nielsen Company. Diakses pada 30 Agustus 2018. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/MEDIA-CETAK-MAMPU-MEMPERTAHANKAN-POSISINYA.html>
- “Multi Sensory Marketing: Ideas and Examples for Print”. Xpadite Group. Diakses pada 29 September 2018. <http://www.xpadite.com.au/multi-sensory-marketing-print-ideas/>
- “Vission and Mission MRA Group”. 2017. MRA Group. Diakses pada 12 April 2018. http://www.mra.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=55
- Reynolds, Penny. 2017. “Majalah Buku Bacaan Modern Masa Kini”. Suffield Times. Diakses pada 10 Mei 2018. <http://www.suffieldtimes.com/informasi/majalah-buku-bacaan-modern-masa-kini/>
- Zuhra, Wan Ulfa N. 2017. “Kelahiran Generasi Z, Kematian Media Cetak”. Tirto.id. Diakses pada 13 Juni 2018. <https://tirto.id/kelahiran-generasi-z-kematian-media-cetak-ctLa>

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA